

Библиографический список

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления; пер. с фр. Е. А. Самарской. М.: «Республика», 2006. – 272 с. 3с.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления; пер. с фр. Е. А. Самарской. М.: «Республика», 2006. – 272 с. 45с.
3. Ритцер Д. Макдональдизация общества 5/ пер. с англ. А. Лазарева. – М.: Практис, 2011. – 592 с – 110с.
4. Ритцер Д. Макдональдизация общества 5/ пер. с англ. А. Лазарева. – М.: Практис, 2011. – 592 с – 381с.
5. Diy-блог «Thanks, I made it!» [Электронный ресурс]. (дата обращения 20.10.2013).
6. Бодрийяр Ж. Общество потребления; пер. с фр. Е. А. Самарской. М.: «Республика», 2006. – 272 с. 60с.
7. Lurie A. The Language of Clouthes. The Definitive Guide to People Watching through the Ages. HamlynPaperback, 1983.

ВОЗМОЖНОСТИ НОВЫХ МЕДИА В ПРОДВИЖЕНИИ КУЛЬТУРНОГО ПРОДУКТА

А. Петрунина

4 курс, социологический факультет

Научный руководитель – доц. **С.В. Польской**

В современном мире успех любого бренда или проекта популярной культуры часто обусловлен степенью со-участия и со-производства потребителей [1, стр 54], поэтому продвижение культурного продукта начинает строиться с учетом новых технологий и использования новых возможностей Web 2.0. Сегодня всё большую популярность среди потребителей культурного продукта приобретают специализированные информационные порталы, совмещающие в себе все вышеперечисленные свойства. Портал снабжен системой публикаций и управления информационным наполнением. Функциональность ресурса очень высокая, информационные возможности портала дополняются интерактивными составляющими, системами поиска и классификации информации. Цель нашего исследования – проанализировать использование возможностей Web 2.0 на региональном самарском уровне.

Один из наиболее знаковых и популярных ресурсов в Самаре является сайт журнала «Афиша» [2], который одним из первых начал использовать медиатехнологии для продвижения культурного продукта в регионе. Афиша обладает массой преимуществ перед другими подобными изданиями - брендовое имя, репутация, всегда свежие обновления, яркость дизайна и отсутствие конкуренции на региональном уровне, поэтому для многих именно Афиша является основным проводником в мир культурных событий и мероприятий. Важным минусом ресурса является фактическое отсутствие обратной связи, на портале нет никакого общения, пользователи не делятся мнениями, не обсуждают события, что говорит о недостаточной интерактивности данного ресурса. Информирование производится

только по определенным направлениям: театр, кино, концерты, однако хоть какой-либо информации о различных выставочных, проектных мероприятиях на сайте нет, из чего можно сделать вывод об узконаправленности и недостаточности информирования.

Еще одним известным ресурсом является портал *Samara 24* [3], где одним из разделов является афиша Самары. Важно отметить, что еще год назад *Samara 24* был сайтом, где интерактивность и общение не были предусмотрены вообще, однако в настоящее время *Samara 24* стало активно использовать все преимущества формы интернет-портала, что говорит о совершенно новом понимании подачи информации потенциальному потребителю. Из плюсов портала можно отметить довольно большую информационную базу (кафе, концерты, культурно-досуговые учреждения и многое другое), информация обновляется периодически, однако само «качество» информирования выполняется не на должном уровне - информация о самих мероприятиях недостаточна (освещается только время, место, адрес учреждения и очень краткое описание события). Также для портала актуальна проблема отсутствия коммуникации среди пользователей, отсутствие «обратной связи». Следует отметить не очень привлекательное оформление самого ресурса (белый фон, мелкий черный шрифт, «нагромождение» информации на главной странице, что говорит об отсутствии четкой структуры портала). Также заметно наличие не «тематической» рекламы (такси, салоны красоты и т.д.), что кажется нелогичным в разделе «Афиша». В целом, данный ресурс не является порталом, так как не обладает одним из главных его свойств - интерактивностью.

Отдых 63.ru [4] – многопрофильный ресурс, здесь есть множество совершенно разных разделов (автомобили, путешествия, стиль, работа), и раздел «Афиша». Целевая аудитория портала довольно обширна, что следует из специфики формирования и размещения контента. Из плюсов следует отметить множество интересных рубрик (рейтинги, опросы, топы, комментарии), что говорит о достаточной интерактивности ресурса, однако, как и в предыдущем случае сам объем информации о мероприятиях недостаточен и скуден. Одной из причин недостаточности информации является многопрофильность ресурса и отсутствие у него специализации (получается «всё обо всём»), поэтому разделу «Афиша» (одному из многих) уделяется недостаточно внимания.

Таким образом, на сегодняшний день в Самаре не существует специализированного ресурса, отвечающего всем параметрам современного потребителя культурного продукта и активно использующего все возможности Web 2.0.

Библиографический список

1. Соколова Н.Л. Популярная культура Web 2.0: к картографии современного медиаландшафта: монография. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2009. 204 с.
2. Журнал «Афиша» : [Электронный ресурс]- [http:// www.afisha.ru](http://www.afisha.ru)
3. Портал Samara 24:[Электронный ресурс]- [http:// http://samara24.ru/](http://http://samara24.ru/)
4. Портал Отдых 63 :[Электронный ресурс]- [http:// http://63.ru/](http://http://63.ru/)